

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE LA AGENCIA DE VIAJES *TOURS AND ADVENTURE SAN DIEGO*, ESPECIALIZADA EN TURISMO DE NATURALEZA - SAN DIEGO (CALDAS)

PRESENTADO POR:

JOHAN SEBASTIAN CARDONA AGUIRRE

Cód.: 1088321447

PRESENTADO A:

MARIA ASUNCION GUZMAN LOPEZ DE BARO

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA
FACULTAD DE CIENCIAS AMBIENTALES
ADMINISTRACION DE TURISMO SOSTENIBLE
PEREIRA
2018**

CONTENIDO

	Pág.
1. INTRODUCCIÓN.....	4
2. JUSTIFICACIÓN.....	5
3. OBJETIVOS	6
3.1 OBJETIVO GENERAL	6
3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	6
4. PLAN DE NEGOCIOS	6
4.1. RESUMEN EJECUTIVO	6
4.2. MÓDULO DE SERVUCCIÓN.....	6
4.2.1. ÁREA DE INFLUENCIA DE LA EMPRESA (MATRIZ CON LAS CARACTERÍSTICAS DEL ÁREA Y EL MAPA).....	6
4.2.2. FICHA TÉCNICA DEL SERVICIO TURÍSTICO.....	9
4.2.2.1. DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS A OFRECER (PRESTACIÓN DEL SERVICIO Y EXPERIENCIA).....	14
4.2.2.2. ESTADO DEL ARTE DE LOS SERVICIOS A OFRECER.....	20
4.3. MÓDULO DE MERCADOS.....	23
4.3.1. DESCRIPCIÓN Y DELIMITACIÓN DEL MERCADO	23
4.3.2. ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	24
4.3.3. ANÁLISIS DE LA DEMANDA	26
4.3.4 ANÁLISIS DE INSUMOS Y PROVEEDORES.....	28
4.3.5 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	32
4.3.6 ESTRATEGIA PUBLICITARIA	33
4.4. PROPUESTA DE VALOR.....	34
4.5. MÓDULO DE ORGANIZACIÓN.....	34
4.5.1. MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACIÓN	34
4.5.1.1. TIPO DE ORGANIZACIÓN O EMPRESA MÁS ADECUADA	34
4.5.1.1.1. EMPRESA UNIPERSONAL.....	34
4.5.1.1.2 POR LA ACTIVIDAD ECONÓMICA DESARROLLADA	34
4.5.1.1.3 POR LA FORMA JURÍDICA.....	34
4.5.1.1.4 POR SU TAMAÑO.....	35

4.5.1.1.5 POR EL ÁMBITO DE OPERACIÓN	35
4.5.1.1.6 POR LA COMPOSICIÓN DEL CAPITAL	35
4.5.1.2. TRAMITES A REALIZAR PARA CONSTITUIRSE LEGALMENTE	35
4.5.1.3. PERFIL DE LOS EMPRENDEDORES (VER SEGMENTOS DE EMPRENDEDORES, EN EL MÓDULO 1 DE PREPARACIÓN PARA LA INNOVACIÓN Y EL EMPRENDIMIENTO. PÁG. 7)	36
4.5.2 ANÁLISIS ESTRATÉGICO ORGANIZACIONAL	37
4.5.2.1 Matriz DOFA y su respectivo diagnostico	37
4.5.2.2 DEFINICIÓN DE OBJETIVOS ORGANIZACIONALES (CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO)	38
4.5.2.3 MISIÓN	38
4.5.2.4 VISIÓN	39
4.5.2.5 CUADRO DE MANDO INTEGRADO	40
4.5.2.6 VALORES CORPORATIVOS	41
4.5.3 POLÍTICAS EMPRESARIALES MANUAL DE ESTRUCTURA	41
4.5.3.1 MANUAL DE FUNCIONES	42
4.5.3.2 ALIADOS ESTRATEGICOS	46
4.6 SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL	46
4.6.1 PÓLITICA DE SOSTENIBILIDAD	46
4.6.2 MATRIZ DE IMPACTOS Y ASPECTOS AMBIENTALES	47
4.6.3 PROPUESTA SE SGA A IMPLEMENTAR	50
4.6.3.1 PLAN DE GESTIÓN	50
4.6.3.2 CÓDIGO DE CONDUCTA	51
4.6.3.3 PROCEDIMIENTO MEJORA CONTINUA	52
4.6.3.4 PROCEDIMIENTO SENSIBILIZACIÓN Y CAPACITACIÓN	52
4.6.3.5 POLÍTICA DE COMPRAS	53
4.7 MÓDULO DE FINANZAS	54
4.7.1 INVERSIONES	54
4.7.2 FINANCIAMIENTO	55
4.7.3 FLUJOS DE CAJA	55
4.7.4 INGRESOS Y COSTOS	56
4.7.5 INDICADORES FINANCIEROS	59
4. CONCLUSIONES	61

5. BIBLIOGRAFÍA.....	61
6. ANEXOS.....	61

1. INTRODUCCIÓN

Las actividades turísticas han venido en constante crecimiento y mostrándose como motores desarrollo en diferentes regiones del país, en algunos casos se apoyan en figuras de protección como reservas naturales, parques naturales o distritos de manejo integrado, todo esto ha permitido que sitios con gran riqueza natural sean conservados y reforestados, por la importancia que representan para las comunidades locales, ya sea porque hacen parte de las cuencas hidrográficas que surten de agua a los centros poblados o por la decisión de los mismos habitantes de generar reservas de protección forestal para la conservación de la biodiversidad.

El corregimiento de San Diego vivió una situación particular en la que su economía tuvo grandes cambios Pasando primero por la explotación forestal y minera luego a la producción de café pero con la crisis que tuvo el país en el 89 los campesinos abandonaron dicha actividad y posteriormente con el conflicto interno entre guerrilla y paramilitares y debido a la ausencia de la fuerza pública potencio la proliferación de los cultivos de coca por más de 10 años hasta que el 2009 después de haber superado la crisis económica dejada por el desplazamiento forzado y los cultivos de coca los campesinos retornan a sus tierras y esta vez adoptan como principal actividad económica la ganadería y que aún hoy se mantiene como uno de los principales renglones de dicho corregimiento, lo más paradójico de todo es que el aislamiento propiciado por el conflicto armado género que lugares como la Laguna de San Diego y algunas áreas boscosas se conservaran e incluso fueran declaras como distrito de manejo integrado, motivando a los habitantes locales a implementar prácticas de turismo comunitario y eco-turísticas sabiendo que esta actividad es un buen generador de divisas ayudara a dinamizar la economía del corregimiento.

El corregimiento de San Diego-Samaná-Caldas brinda pocos servicios turísticos y los que se ofertan, son prestados por personas empíricas, por lo tanto se propone la creación de una agencia de viajes operadora que diseñe y organicé paquetes donde se incluyan a estos prestadores de servicios turísticos y a su vez les exija la formalización y capacitación para brindar servicios de calidad.

Finalmente se mostrara el componente económico necesario para la creación de dicha agencia operadora y como se ira fortaleciendo a través de la venta de paquetes turísticos y ofertando actividades donde se incluye a la comunidad y se

tenga en cuenta lo que cada uno puede brindar y ser susceptible de ser aprovechado.

2. JUSTIFICACIÓN

Es de resaltar los esfuerzos propiciados por brindar servicios turísticos de calidad por las comunidades locales de la Laguna pero que debido a su informalidad y empirismo en temas turísticos en algunos casos no se evidencia de esta manera, la falta de inventarios turísticos de los prestadores de servicios en la zona como empresas de alojamiento, restaurantes, guías de turismo, empresas de transporte y consolidación a través de asociaciones dificultan aún más el fortalecimiento de dicha actividad. Se pretende establecer una agencia operadora que se encargara de realizar el inventario de prestadores de servicios turísticos y generar alianzas estratégicas para la prestación de los servicios turísticos.

Buscar la formalización en cámaras de comercio y la obtención del registro nacional de turismo de cada uno de los participantes de las actividades turísticas presentes en la laguna, y es que el pertenecer al destino más importante del oriente caldense debe hacerse notar.

“El Turismo de naturaleza es todo tipo de turismo basado en la naturaleza, en la que la principal motivación es la observación y apreciación de la naturaleza, así como las culturas tradicionales”

(OMT, 2002) Definición aceptada por gobierno de Colombia

Como lo indica la definición se busca la observación y apreciación, no la destrucción de la naturaleza y es que San Diego cuenta con mucho territorio natural que observar y apreciar, desde hermosas cascadas de aguas cristalinas, hasta grandes extensiones de bosque destinadas a la conservación de la flora y a su vez el refugio de un gran número de especies de fauna.

Para que el turismo en San Diego Caldas sea reconocido a nivel departamental y regional se requiere de la presencia de una entidad que diseñe, empaque y dirija todas las posibles actividades que podrían brindarse o que ya se brindan pero que a falta de una entidad reconocida y especializada en el área de turismo de naturaleza no se encuentran posicionadas ni se prestan con frecuencia lo que hacen ver esta actividad económica en este corregimiento como un renglón débil, con la presencia de una entidad como TOURS AND ADVENTURE SAN DIEGO la actividad turística tomara más fuerza y representación en la economía local

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Diseñar un plan de negocios para la creación de una agencia de viajes especializada en turismo de naturaleza, orientada bajo parámetros de sostenibilidad ambiental, socio-cultural y económica para fortalecer el turismo en San Diego Caldas y dinamizar su economía.

3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Diseñar paquetes turísticos donde se involucre el componente natural, el agrícola y el de aventura, mostrando el factor de inclusión y participación de las comunidades locales como característica principal.
- Resaltar los sitios de interés turísticos del corregimiento y su forma de aprovechamiento
- Posicionar a san diego caldas como destino turístico de naturaleza

4. PLAN DE NEGOCIOS

4.1.RESUMEN EJECUTIVO

Este es un plan de negocios con el fin de formular una agencia de viajes operadora, primero se delimitara el área de influencia de dicha empresa, se mencionaran características importantes del territorio y porque lo hacen un atractivo potencial para el aprovechamiento turístico, también se podrá evidenciar algunas de las actividades diseñadas y pensadas para el segmento de mercado que arrojo la investigación.

Podrá encontrar el tipo de empresa más acorde y el modelo aplicable para operar en dicha región, se evidenciaran factores económicos para entrar a operar como empresa de turismo.

4.2.MÓDULO DE SERVUCCIÓN

4.2.1. ÁREA DE INFLUENCIA DE LA EMPRESA (MATRIZ CON LAS CARACTERÍSTICAS DEL ÁREA Y EL MAPA)

En la siguiente tabla se describen las principales características geográficas, climatológicas, ecológicas y sociales del área de influencia de la agencia de viajes TOURS AND ANDVENTURE SAN DIEGO

Ubicación Geográfica	Departamento	Caldas
	Municipio	Samaná
	Corregimiento	San Diego
Características climatológicas	Altitud (msnm)	Desde 300 msnm a orillas del río Samaná hasta los 1200 msnm
	Precipitación anual (mm)	1800-2500mm
	Temperatura media ° C	24°c
Características ecológicas	Superficie Terrestre	300km ²
	Relieve	El Corregimiento de San Diego se localiza al nororiente del Municipio de Samaná, Departamento de Caldas entre las coordenadas 5°39'55.57" Latitud Norte y 74° 56'1.49" Longitud Oeste, limita al norte con el Departamento de Antioquia por la divisoria que brinda la cuenca del río Samaná sur; al este con el Municipio de Norcasia; al oeste con el Corregimiento de Florencia y al sur con la divisoria de la sub-cuenca del río Manso y con el corregimiento de Berlín –ambos corregimientos son jurisdicción del Municipio de Samaná.
Características sociales	Usos del suelo	De acuerdo con la clasificación que se realiza para el suelo rural (Decreto 3600/2007): producción agrícola, ganadera y de explotación de recursos naturales, se identificaron en el corregimiento usos correspondientes a potreros, café,

		rastrero y bosques naturales.
	Organizaciones comunitarias	<p>Juntas de acción comunal</p> <p>ACASANDI</p> <p>ONG AGROSAN</p> <p>Hogar juvenil campesino</p> <p>VEEP TRANS</p> <p>ONG ASOPDAMA</p> <p>ONG ASOJUNTAS</p> <p>Clubes Juveniles</p> <p>Junta del Acueducto</p> <p>ONG Sol de oriente</p>
	Organizaciones gremiales, sociedades, empresas relevantes y entidades publicas	<p>Alcaldía de Samaná</p> <p>Fundecos</p> <p>Hospital San José</p> <p>SENA</p> <p>ICBF</p> <p>Cámara de comercio de la Dorada</p> <p>CORPOCALDAS</p>

4.2.2. FICHA TÉCNICA DEL SERVICIO TURÍSTICO

FICHA DE PRODUCTO	
Denominación del recorrido	<i>Descubriendo el encanto de la laguna de San Diego</i>
Capacidad recomendada	<i>10 Personas</i>
Descripción del recorrido	
<p><i>Es un pasadía que combina la belleza paisajística del cerro de San Diego junto con la Laguna. Primero se tomara el desayuno en el hotel y luego en un transporte como un Jeep o camioneta se trasladara a los turistas hacia el inicio del sendero que conduce a la laguna, este sendero permitirá la observación del cono volcánico y algunas especies faunísticas que se encuentren durante el trayecto además de las especies de flora, luego se hará un recorrido en balsa hasta llegar a la zona de aguas termales ,allí permanecerán un tiempo estimado para luego partir hacia el restaurante donde podrán disfrutar dese un pescado fresco extraído de la laguna o el típico sancocho de gallina, después de haber terminado el almuerzo se seguirá el recorrido con senderismo rodeando la laguna hasta llegar cerca del hospedaje de la señora Normary donde estará el transporte esperando para trasladarlos al pueblo y finalizar en la casa cural conociendo las reliquias del padre Daniel.</i></p>	
Requerimientos	
Requerimientos de Personal	<i>Dos Pilotos para las balsas y un guía turístico</i>
Requerimientos de transporte	<i>Se requiere de un Jeep o camioneta para el traslado hasta la laguna y dos balsas.</i>
Requerimientos de alojamiento	<i>hospedaje rural u hotel para acomodación de 10 personas</i>
Requerimientos de alimentación	<i>Desayuno-Refrigerio-Almuerzo-Cena</i>
Requerimientos de materiales,	<i>Chalecos salvavidas, binoculares, cámara</i>

equipos e infraestructura	fotográfica, vestidos de baño. En cuanto a infraestructura se cuenta con la vía de acceso a la laguna, los restaurantes instalados a orillas de la laguna y los caminos reales que sirven de sendero.
----------------------------------	---

PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES	
1	7:00 Am Desayuno en el Hotel o Alojamiento Rural
2	8:00 Am Salida hacia la laguna de San Diego
3	8:20 Am Arribo al camino de trayecto hacia la laguna y que borde el Cerro de San Diego
4	9:20 Am Llegada a la zona de balsas y consumo del refrigerio
5	9:30 Inicio de recorrido de balsaje
6	10:00 Llegada a la zona de agua termal actividad realizada hasta las 12:00 Pm
7	12:00 Pm Salida hacia la zona de restaurante
8	1:00pm Llegada al restaurante y toma del almuerzo
9	2:00Pm Actividad de senderismo desde el restaurante hasta llegar al hospedaje de la señora Normary
10	3:30Pm Salida nuevamente hacia el casco urbano
11	4:00Pm Reconocimiento de las reliquias del padre Daniel y su Historia
12	Tiempo para recorrer el pueblo descanso
13	7:00 pm Cena

Recomendaciones
Se recomienda utilizar ropa cómoda que permita una movilidad fluida y ágil, repelente para insectos, bloqueador, gafas de sol, botas o zapato cerrado que permitan caminar por superficies irregulares, carpa o bolsas para proteger los elementos del agua y por ultimo vestido de baño.
SERVICIOS INCLUIDOS EN EL PLAN
Los tres alimentos del día
Refrigerio

<i>Seguro contra todo riesgo</i>
<i>Trasporte hasta el inicio del sendero y de regreso desde la laguna</i>

SERVICIOS NO INCLUIDOS EN EL PLAN
<i>Hidratación</i>
<i>Compra de suvenires</i>
<i>Otros servicios que no estén estipulados en el plan</i>

ITINERARIO 1		
Lugar	Hora de inicio	Actividad
Laguna de San Diego y Cerro	07:00 a.m.	<i>Desayuno en el Hotel o Alojamiento Rural</i>
	08:00 a.m.	<i>Salida hacia la laguna de San Diego</i>
	08:20 a.m.	<i>Arribo al camino de trayecto hacia la laguna y que borde el Cerro de San Diego</i>
	09:20 a.m.	<i>Llegada a la zona de balsas y consumo del refrigerio</i>
	09:30 a.m.	<i>Inicio de recorrido de balsaje</i>
	10:00 a.m.	<i>Llegada a la zona de agua termal actividad realizada hasta las 12:00 Pm</i>
	12:00 p.m.	<i>salida hacia la zona de restaurante</i>
	1:00pm	<i>llegada al restaurante y toma del almuerzo</i>
	2:00Pm	<i>Actividad de senderismo desde el restaurante hasta llegar al hospedaje de la señora Normary</i>
	3:30Pm	<i>salida nuevamente hacia el casco urbano</i>
	4:00Pm	<i>Reconocimiento de las reliquias del padre Daniel y su Historia</i>
	-	<i>Tiempo para recorrer el pueblo descanso</i>
	07:00 p.m.	<i>Cena</i>

FICHA DE PRODUCTO	
Denominación del recorrido	<i>Sobrevuelo al Cráter en Parapente</i>
Capacidad recomendada	<i>2 personas</i>
Descripción del recorrido	
<i>Dicho pasadía combina una actividad con un toque de aventura y algo de la cultura</i>	

campesina de la región. A primera hora se tomara el desayuno luego se partirá rumbo hacia el cerro de San Diego hasta acceder a uno de sus picos más elevados para emprender un vuelo en el que se podrá divisar la gran hermosura paisajística que alberga dicho destino, después de un buen aterrizaje en las llanuras de la Laguna se iniciara un recorrido en kayak en el que se atravesara un tramo significativo hasta llegar a la zona de aguas termales, luego se tendrá la hora del almuerzo con el que el turista recargara sus fuerzas con un buen plato típico de la región, para seguir haciendo senderismo y finalmente llegar a la vereda la el rosario para visitar una finca con producción de cacao y conocer más de cerca la obtención del producto que de allí se saca y por ultimo después de tener un gran día regresar al hotel.

Requerimientos

Requerimientos de Personal	<i>Piloto del Parapente y Conductor del transporte</i>
Requerimientos de transporte	<i>Parapente, Camioneta, Kayak</i>
Requerimientos de alojamiento	<i>Hotel o Alojamiento Rural</i>
Requerimientos de alimentación	<i>Desayuno-Refrigerio-Almuerzo-Cena</i>
Requerimientos de materiales, equipos e infraestructura	<i>Parapente, Chaleco salvavidas, restaurantes y hoteles para la atención del turista, vías de acceso y senderos</i>

PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES

1	<i>Desayuno</i>
2	<i>Salida hacia el voladero para la práctica de Parapente</i>
3	<i>Llegada al voladero</i>
4	<i>Recomendaciones de seguridad y nociones básicas sobre el Parapente</i>
5	<i>Comprobación de condiciones climáticas y despegue</i>
6	<i>Sobrevuelo entre 30 y 45 minutos</i>
7	<i>Traslado en kayak desde la zona de aterrizaje hasta las aguas termales</i>
8	<i>Almuerzo</i>
9	<i>Actividad de senderismo en los alrededores de la laguna</i>
10	<i>Desplazamiento hacia la vereda el rosario para conocer el proceso y cultivo del cacao</i>
11	<i>Finalización del recorrido y regreso al Hotel</i>
12	<i>Tiempo de descanso</i>
13	<i>Cena</i>

Recomendaciones

Uso de protector solar ya que las temperaturas en algunos momentos suele ser elevada, repelente para insectos, gafas de sol, ropa de cambio, botas o zapatos

cómodos, buena hidratación, sombrero o gorra.

SERVICIOS INCLUIDOS EN EL PLAN

Los tres alimentos del día

Refrigerio

Seguro contra todo riesgo

Trasporte

SERVICIOS NO INCLUIDOS EN EL PLAN

Hidratación

Compra de suvenires

Otros servicios que no estén estipulados en el plan

ITINERARIO 2

Lugar	Hora de inicio	Actividad
	07:00 a.m.	Desayuno
	07:30 a.m.	Salida hacia el voladero para la práctica de Parapente
	08:20 a.m.	Llegada al voladero
	08:30 a.m.	Recomendaciones de seguridad y nociones básicas sobre el Parapente
	09:00 a.m.	Comprobación de condiciones climáticas y despegue
	09:45 a.m.	Sobrevuelo entre 30 y 45 minutos
	10:00 a.m.	Traslado en kayak desde la zona de aterrizaje hasta las aguas termales
	12:00pm	Almuerzo
	1:00Pm	Actividad de senderismo en los alrededores de la laguna
	2:00Pm	Desplazamiento hacia la vereda el rosario para conocer el proceso y cultivo del cacao
	5:30Pm	Finalización del recorrido y regreso al Hotel
	-	
	07:00 p.m.	Cena

4.2.2.1. DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS A OFRECER (PRESTACIÓN DEL SERVICIO Y EXPERIENCIA)

Cada producto o servicio puede adaptarse según corresponda, al tipo de cliente, ya que se puede brindar paquetes donde se incluya aventura o senderismo por áreas naturales que alberga una buena proporción de aves y algunos mamíferos presentes en la región siendo una actividad de menor esfuerzo, con lo anterior se evidencia que pueden ser productos para un tipo de público más joven y exigente con edades entre los 18 y 29 años o productos para un tipo de público entre los 30 y 45 años que buscan un poco más de tranquilidad y de menor esfuerzo.

PARAPENTE

Esta actividad puede brindarse gracias a la existencia del Cerro de San Diego, una montaña designada por el sistema geológico colombiano como extravolcán con una altura de 450 mts característica ideal para la práctica de este deporte, ya que se requiere una superficie con una altura elevada para permitir un buen despegue, el clima de la zona es acorde a lo requerido para brindar las condiciones climatológicas y de temperatura del aire necesarias para proporcionar altura en el instrumento principal para la práctica del deporte. En este caso el parapente, es un deporte seguro que proporciona una experiencia de observación del paisaje auténtica y esto se corrobora gracias a que la trayectoria del vuelo permite al turista observar la riqueza ambiental en cuanto flora y el espectáculo brindado por las aguas de la laguna de San Diego.

- Se debe caminar durante 30 minutos por un camino de herradura desde la carretera principal hasta el sitio llamado como voladero, esto debido a que no existe carretera hasta dicho lugar, allí se alistará el parapente y se verificarán todos los instrumentos de seguridad, luego el piloto deberá revisar las condiciones climáticas y despegar.
- El aterrizaje se hace en un potrero ubicado contiguo a la laguna, un lugar con el espacio suficiente y visibilidad para que la actividad se de con éxito.



BALSAJE

El balsaje es una actividad que requiere de un medio de transporte fabricado artesanalmente por los campesinos de la region, utilizado anteriormente para la pezca o para moverse de un extremo de la Laguna de San Diego a otro, este medio de transporte esta fabricado con guadua ya que esta posee una alta flotabilidad, característica esencial para su utilización y además porque es un recurso presente en la zona y de fácil acceso para las comunidades locales. La fuerza mecánica que mueve la estructura es la humana por este motivo el número de individuos a transportar es reducido y los tiempos son más extensos, pero ambientalmente el impacto generado es prácticamente nulo y esta característica es la que debe prevalecer en cada una de las actividades ofertadas por la agencia.

- Es una actividad acorde para todo tipo de público y se puede adaptar según las exigencias del cliente, trayectos cortos desde 1 a 2 horas partiendo desde un punto establecido A hasta un Punto establecido B durante el trayecto se podrá observar la superficie de la laguna y las montañas circundantes y algunas especies de aves existentes en dicho lugar.
- También pueden brindarse trayectos largos superiores a 3 horas en el que se podrán visitar algunos puntos estratégicos y en los que se requerirá el descenso de la balsa a tierra firme y posteriormente el ascenso a ella para

seguir con la ruta establecida, puede conbinarse con la actividad de termilismo o pesca deportiva.

TERMALISMO

Es una actividad recreativa y de esparcimiento para grandes y pequeños donde se podrán relajar y divertir sintiendo las propiedades medicinales de las aguas minerales volcánicas,.

La infraestructura implementada para esta actividad es artesanal debido a que el proyecto se encuentra en su etapa inicial, en el momneto es apto para el disfrute moderado por el impacto que podria generarse por ser un entorno natural

- Es una actividad que puede disfrutarse en un intervalo de tiempo de entre 1 y 2 horas.

SENDERISMO

La laguna de San Diego junto con el Cerro albergan gran cantidad de especies faunisticas y de flora, y a su vez atren especies foraneas de aves que visitan estos sitios para su reproduccion ,estos lugares cuentan con gran cantidad de alimento y el clima es acorde para la incuvacion y desarrollo de sus polluelos, todo esto se da por el buen estado de conservacion que mantiene aunque se evindecian gran extenciones de suelos utilizadas pára la ganderia aun exite gran parte del territorio con muy buen estado de conservacion y aptos para actividades de interpretacion.

- Se pueden realizar recorridos interpretativos alrededor de la laguna, utilizando los caminos reales por los que transitan los campesinos de la region y que sirven de sendero para el desarrollo de esta actividad, se observaran algunas especies de flora comun en la region como por ejemplo la gudua y su importancia para estos ecosistemas.
- La observacion de aves es una actividad que se complementa muy bien con el senderismo y en el caso de la laguna se puede aprovechar todo el potencial que brinda estableciendo puntos estrategicos para la construccion de plataformas de observacion de aves.
- Finalmente el senderismo tambien puede darse en fincas con cultivos como el cacao, platano, panela y conocer el proceso para la obtencion de dichos alimentos.

PROCESO DE LA GANADERÍA

Esta actividad está relacionada con visitar fincas ganaderas y observar todo el proceso que se llevan allí para la obtención de leche, queso, animales para engorde, que proceso se hace con los potreros y todo lo relacionado con la ganadería

El corregimiento de San Diego cuenta con grandes extensiones de suelo aprovechadas en actividades ganaderas, correspondiente al 50 % del territorio y representado en un total de 7 veredas Planes, Risaralda, Doradal, la Betulia, San Antonio, la Mensajera y el Rayado, donde se da dicha actividad en de forma extensiva y semitecnificada en otras veredas del corregimiento tambien hay presencia de la ganaderia enmenor proporcion.

- Se realizaran actividades relacionadas con la ganaderia en las veredas mas cercanas al casco urbano o que su acceso sea facil.
- Se tendra prioridad con los campesinos de recurso economicos inferiores para fortalecer la economia de sus casas a traves de dichas actividades turisticas.

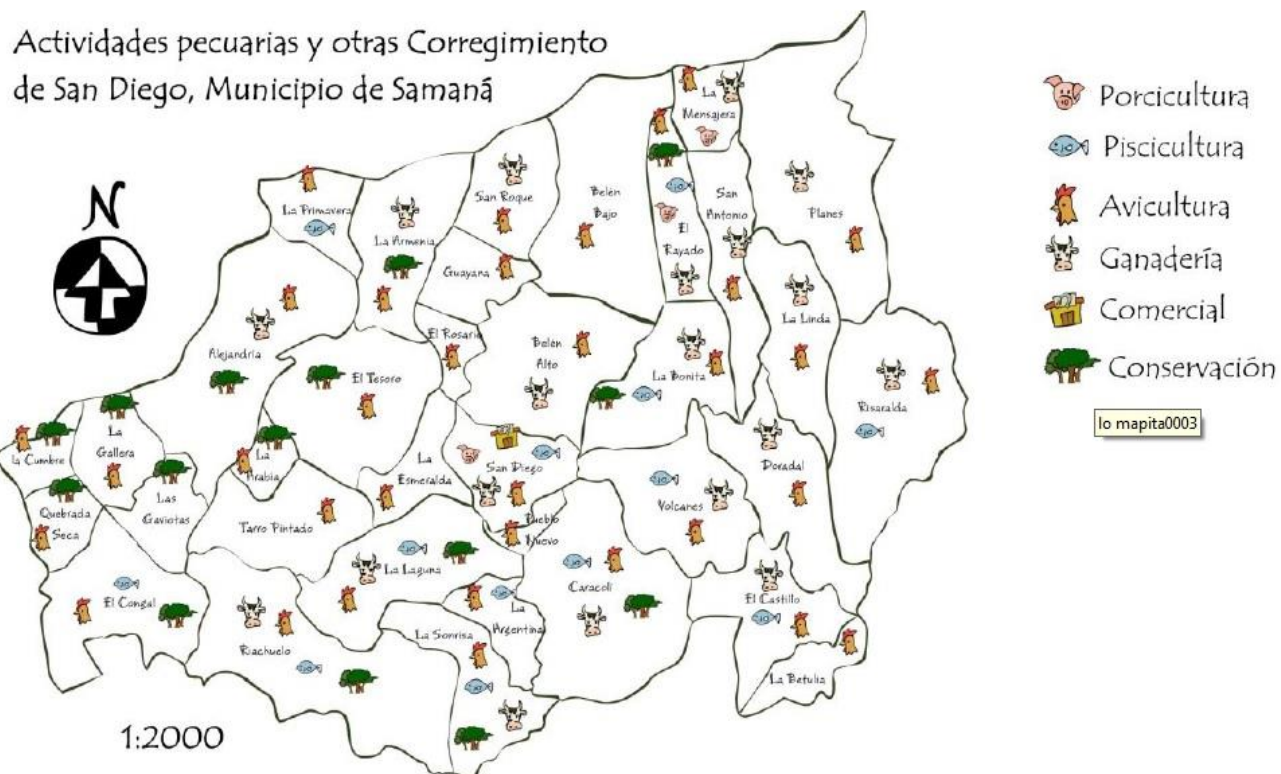


IMAGEN EXTRAÍDA DE: PLANIFICACIÓN TERRITORIAL RURAL DESDE LA GESTIÓN CULTURAL AMBIENTAL. CORREGIMIENTO DE SAN DIEGO, SAMANÁ, CALDAS

PROCESOS AGRÍCOLAS

Esta actividad estará basada en la creación de paquetes turísticos por fincas de producción panelera, yuca, plátano y otros cultivos y observar algunas transformaciones que hacen los campesinos hasta llevarlos al pueblo.

San Diego ha pasado por diferentes etapas con el pasar de los años así mismo su economía también ha tenido que moldearse y adaptarse según las necesidades de los habitantes de la región, cabe destacar que aunque cuenta con grandes extensiones de tierra para la actividad agrícola es una actividad desarrollada en menor proporción a falta de tecnificación, aun así existen aprovechamientos del suelo en cultivos como maíz, plátano, aguacate, café, caña, frijol, cacao y maderables.

- Se tendrá en cuenta veredas como belén alto y belén bajo, donde existen fincas con cultivos de caña para la producción panelera y en las que se desarrollan actividades turísticas fundamentadas en el proceso panelero y su generación de ingresos a las familias de campesinos sandiegunos.
- Veredas como la Esmeralda y el Tesoro tienen minifundios en los que prevalecen los cultivos de cacao y café las cuales se pueden involucrar para mostrar el proceso de la planta la taza tanto para la bebida del chocolate como para el café.



Mapa 12 Actividad Agrícola Corregimiento de San Diego
 Fuente: Taller Investigativo "Territorio San Dieguino" Noviembre de 2009

IMAGEN EXTRAÍDA DE: PLANIFICACIÓN TERRITORIAL RURAL DESDE LA GESTIÓN CULTURAL AMBIENTAL. CORREGIMIENTO DE SAN DIEGO, SAMANÁ, CALDAS

En el mapa anterior se puede observar la actividad agrícola representada en 8 actividades y repartidas en cada una de las veredas que conforman el corregimiento, las veredas con mayor diversidad y representatividad agrícola son: la guayana, el rosario, el castillo, belén alto, belén bajo, el tesoro y la esmeralda.

ACTIVIDADES ACUÁTICAS

En esta parte encajarán las actividades relacionadas con la visita a ríos y quebradas de agua cristalina, cascadas, prácticas de desenso por cascadas o cañonin.

El corregimiento de San Diego limita al noroccidente con el departamento de Antioquia y esto lo hace participe de la cuenca hidrográfica del río Samaná sur, desembocando en este afluentes de gran importancia para los habitantes de esta zona como lo son la quebrada la Concha que es el afluente de donde se surte el acueducto comunitario del corregimiento y muchas de las veredas por donde esta importante quebrada pasa, el afluente el caño que es el que conduce las aguas provenientes de la Laguna de San Diego y la quebrada San Antonio, otro afluente importante es Río Manso el cual hace parte de la cuenca hidrográfica del Río la Miel, acuífero importante por sus aguas cristalinas y porque limita con algunas veredas del corregimiento.

Además posee el acuífero más importante del departamento de Caldas la laguna de San Diego una formación Geológica catalogada por SGC como Maar de San Diego el diámetro del cráter es de alrededor de 3km contando las cimas de las montañas circundantes y su espejo de agua cuenta con área equivalente a 138 hectáreas. Siendo este principal atractivo turístico del corregimiento y a través de este fortaleciendo y fomentando actividades complementarias.

- Kayaking en la laguna
- Balsaje
- Recorridos en lancha

- Caminata hacia la cascada de la Concha, es una actividad de nivel de dificultad medio en la que el turista podrá disfrutar de un paisaje rodeado de naturaleza en la que podrá observar especies de fauna como el titi gris especie endémica del Magdalena medio y presente en la zona, paisajes de

potreros para ganado, algunas especies de aves y todo esto en el trayecto desde el corregimiento hasta llegar al sitio donde se encuentra la cascada.

- Activiades de tipo recreativas en los charcos de la quebrada la concha y rio manso en las que el turista podra disfrutar del espectaculo de espejos de agua cristalina en los que podra ver el fondo del lecho del rio o la quebrada.
- Actividades de mas exigencia fisica como el torrentismo una variante del rapel y que genera gran emocion a quien disfruta de ella, esta actividad puede realizarse tambien en las casdas de la concha, por contar con alturas entre los 40 y 50 metros ideal para un buen descenso.
- Actividades recreativas asociadas a la laguna de San Diego como baño recreativo
- El cañonin es una actividad de un nivel de dificultad media y aprovechable por la gran cantidad y riqueza hidrica con la que cuenta el corregimeinto de San Diego en cada una de sus veredas.

4.2.2.2. ESTADO DEL ARTE DE LOS SERVICIOS A OFRECER

Según un estudio realizado por el programa de trasformación productiva a cerca de prestadores de turismo de naturaleza a nivel nacional se encontraron 5.255 y estas empresas en su gran mayoría se encuentran en: Bogotá, Antioquia, Magdalena y Bolívar, representando el 50% del total de los prestadores.

TABLA 4.1. DISTRIBUCIÓN DE LOS PRESTADORES DE TURISMO DE NATURALEZA POR DEPARTAMENTO

Departamento	Número de Prestadores dentro del sector Turismo de Naturaleza	% part
BOGOTÁ, D. C.	827	15,7%
ANTIOQUIA	675	12,8%
MAGDALENA	623	11,9%
BOLÍVAR	491	9,3%
VALLE DEL CAUCA	312	5,9%
SANTANDER	282	5,4%
RISARALDA	258	4,9%
HUILA	219	4,2%
QUINDÍO	204	3,9%
TOLIMA	187	3,6%
CUNDINAMARCA	152	2,9%
ATLÁNTICO	149	2,8%
BOYACÁ	125	2,4%
CALDAS	124	2,4%
AMAZONAS	95	1,8%
META	80	1,5%
ARCHIPIÉLAGO DE SAN ANDRÉS, PROVIDENCIA Y	66	1,3%
CESAR	63	1,2%

Departamento	Número de Prestadores dentro del sector Turismo de Naturaleza	% part
NORTE DE SANTANDER	54	1,0%
CHOCÓ	43	0,8%
NARIÑO	39	0,7%
SUCRE	38	0,7%
CAUCA	36	0,7%
LA GUAJIRA	33	0,6%
CASANARE	28	0,5%
VICHADA	12	0,2%
CÓRDOBA	11	0,2%
CAQUETÁ	11	0,2%
PUTUMAYO	10	0,2%
ARAUCA	4	0,1%
GUAVIARE	3	0,1%
GUAINÍA	1	0,0%
Total general	5.255	100,0%

Tablas extraídas del PTP (CONSTRUCCIÓN DE ESTADÍSTICAS DE TURISMO DE NATURALEZA Informe Consolidado Directorio de Establecimientos - Prestadores De Servicios Turísticos Del Sector Turismo De Naturaleza Febrero 2015)

Según el estudio 3031 empresas realizan actividades relacionadas directamente con el turismo de naturaleza, de las cuales 496 solo operan y 980 solo comercializan en el caso de estudio para la implementación de una agencia de viajes especializada en turismo de naturaleza se toman como referente solo las operadoras también hay quienes realizan actividades mixtas de operación y comercialización que son alrededor de 1.555

TIPO Y NÚMERO DE PST QUE HACEN PARTE DEL SECTOR DE TURISMO DE NATURALEZA POR DEPARTAMENTO

DEPARTAMENTO/TIPO DE PST	AGENCIA DE VIAJES
AMAZONAS	41
ANTIOQUIA	333
ARAUCA	4
SAN ANDRÉS	26
ATLÁNTICO	45
BOGOTÁ, D. C.	679
BOLÍVAR	74
BOYACÁ	47
CALDAS	45
CAQUETÁ	9
CASANARE	14
CAUCA	19
CESAR	6
CHOCÓ	11
CÓRDOBA	9
CUNDINAMARCA	100
GUAINÍA	1
GUAVIARE	2
HUILA	61
LA GUAJIRA	22
MAGDALENA	105
META	50
NARIÑO	33
NORTE DE SANTANDER	50
PUTUMAYO	6
QUINDÍO	73
RISARALDA	62
SANTANDER	200
SUCRE	4
TOLIMA	77
VALLE DEL CAUCA	245
VICHADA	8
Total general	2461

Esta tabla muestra el panorama nacional con referencia al turismo de naturaleza y su presencia en los diferentes departamentos para el caso de estudio de la agencia TOURS AND ADVENTURE SAN DIEGO los departamentos de interés son Quindío, Risaralda y caldas, Quindío cuenta con el mayor número de agencias 73, Risaralda le sigue con 62 y de ultimo esta caldas con 45 lo que supone un buen panorama para incursionar en esta área

como se muestra en el mapa, porque es allí donde se encuentran ubicados los principales atractivos de esta zona y aún no han sido aprovechados turísticamente.

El corregimiento de San Diego posee grandes riquezas paisajísticas, aguas cristalinas, haciendas y fincas ganaderas y su principal atractivo la laguna y el cerro, cada uno de ellos susceptibles de ser aprovechados para el fortalecimiento de la economía de dicha región.

Es un destino que se encuentra aislado por falta de mejoramiento a la infraestructura vial y aun así es un territorio extenso con muchas cosas buenas por descubrir, cuenta con 35 veredas algunas con distancias de hasta 6 horas de camino a pie desde el centro poblado de San Diego, como también hay veredas a 30 minutos y 1 hora por camino de herradura cada una con sin fin de actividades agrícolas o pecuarias que si se organizan e implementan de forma estratégica pueden convertirse en el foco receptor del turismo del Magdalena Caldense.

4.3.2. ANÁLISIS DE LA OFERTA

CABAÑAS CAMPO ALEGRE

Norcasia Caldas, Vereda Planes Mirador, Embalse Amaní

Cel: 3104934311 – 3113451491 - 3115892320

Correo: info@campoalegre.com.co

- 1) Es una empresa que se encuentra ubicada en el municipio de Norcasia caldas muy cerca al corregimiento de San Diego y su laguna, encontrándose así muy cerca de mi rango de acción como operador turístico.
- 2) Es una empresa muy interesante ya que no solo ofrece el hospedaje a sus huéspedes sino que les brinda unas series de actividades para complementar la estadía es así como ofrecen: cabalgatas, paseos en lancha, visitas a la cascada Wabiandu y eventos especiales, todo esto lo hace aprovechando su ubicación estratégica al lado del embalse Amani de la hidroeléctrica La Miel.
- 3) Adoptar prácticas de turismo sostenibles como minimizar el consumo de energía, de agua y un buen manejo de los residuos.

XIMENA TOURS

TURISMO PROFESIONAL XIMENA GOMEZ

Categoría: Agencia de Viajes

Subcategoría: Agencias de Viajes y de Turismo

Municipio: La Dorada Dirección: Cr 1 No 14 66

Teléfono: 8575533

E-mail: turismoximenagomez@gmail.com Celular: 3218542535

1) Es una agencia de viajes que se encuentra ubicada en la ciudad de la dorada caldas pero que ofrece a san diego caldas como uno de sus destinos turísticos en la diversidad de paquetes que ofrecen eso hace que sea mi competencia directa ya que se encuentra dentro de mi rango de acción donde mi agencia se encuentra especializada.

2) Lo más interesante de esta empresa es que vende turismo local, como paquetes en la dorada donde se encuentra ubicada, sino también en el oriente de caldas, en municipios como Pensilvania, Marquetalia, victoria, Samaná, además de esto cuenta con alianzas con agencias como Onvacation y otras,

Otra cosa interesante de esta agencia es que no cuenta con página web pero se promocionan a través de Facebook

3) Crear una página web para posicionar mejor su marca, certificar en sostenibilidad, crear unas mejores estrategias de mercadeo.

TRAVESIA DORADA

Travesía Dorada

AGENCIAS EN LA DORADA, CALDAS

Travesía Dorada Cl 10 # 4-08

Cel: 3138561901

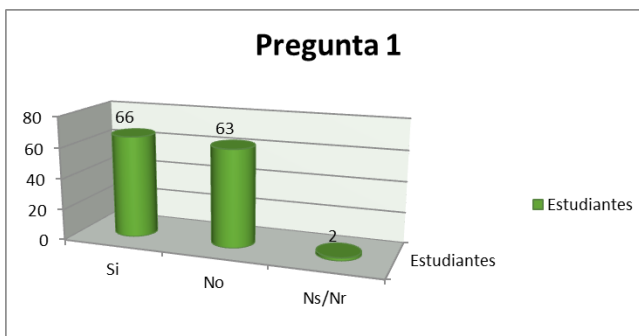
1) Esta agencia se encuentra ubicada en la ciudad de la Dorada y brinda servicios turísticos tipo excursión, y turismo en el área de influencia en la que se encuentra ubicada es por esta razón que se encuentra dentro de mi radio o área

de influencia ya que en el cualquier momento puede ofrecer servicios turísticos a este destino.

- 2) Lo más interesante es que ofrecen excursiones a la hacienda Nápoles y también se promocionan a través de Facebook, páginas amarillas, y otras que se encuentran en internet
- 3) Contar con una página web para promocionar sus paquetes y servicios para posicionasen mejor y posicionar los destinos, brindar servicios turísticos sostenibles y certificarse en calidad y sostenibilidad y crear o implementar estrategias de marketing.

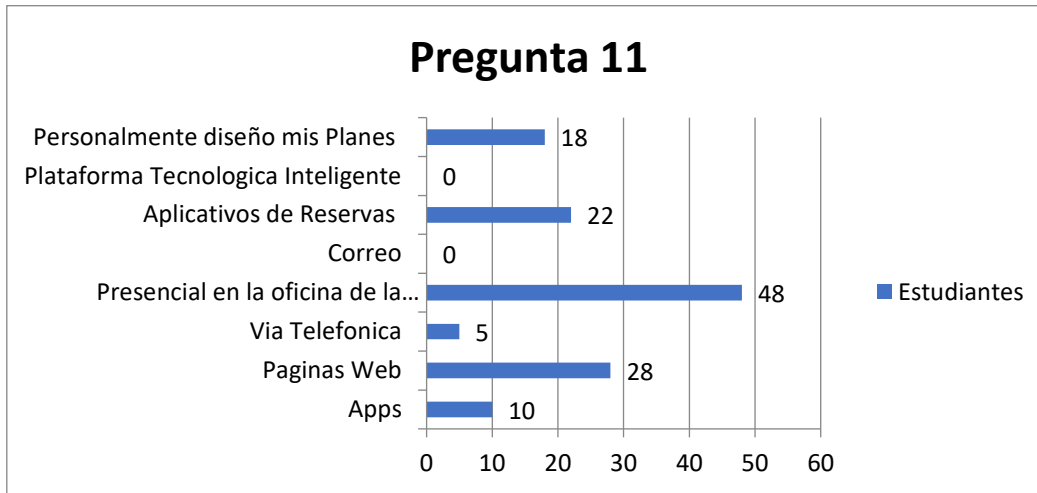
4.3.3. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

- ¿En algún momento ha Adquirido paquetes, productos o servicios turísticos a través de agencias de viajes o aplicativos implementados por ellas?



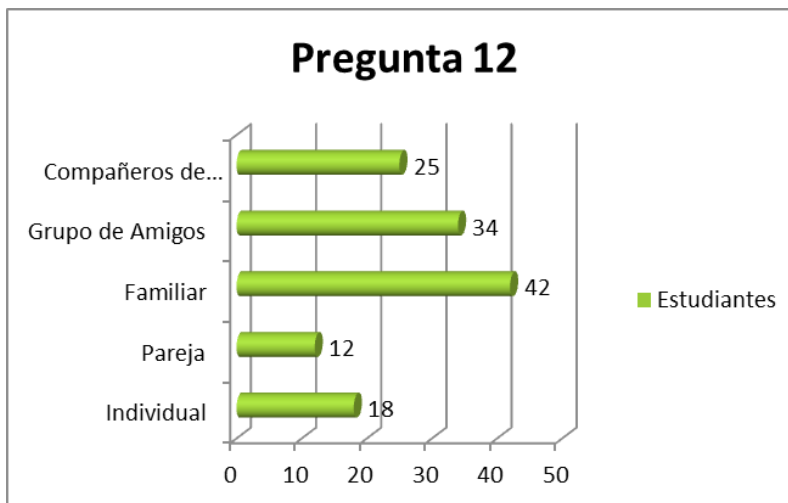
Esta es una de las preguntas que se hizo durante la encuesta de estudio de mercado para determinar el perfil consumidor de los estudiantes de las universidades de Manizales arrojándonos un resultado donde más de la mitad si han adquirido productos o servicios a través de agencias de viajes y afirmando la factibilidad de la creación de una, ya que así no sean ellos directamente los que compren los paquetes turísticos como se mostrara en el siguiente resultado, pero son los que disfrutan de los servicios. Otro resultado que afirmaría lo anterior es el siguiente:

- ¿Cuál de las siguientes canales es el más importante a la hora de comprar un producto o servicio turístico?



En este resultado se evidencia que el canal más importante a la hora de adquirir un paquete turístico son las agencias de viajes, por lo tanto la implementación de una nueva será una buena oportunidad de negocio para satisfacer la demanda de usuarios que utilizan este tipo de empresas para contratar productos o servicios o ir para que los asesoren para escoger un destino donde pasar unas vacaciones inolvidables.

- ¿Cuál de los siguientes planes es el que más compra habitualmente?



Este grafico muestra claramente como los planes familiares son los que más compran habitualmente los estudiantes de las universidades de Manizales públicas y privadas y esto ocurre porque en muchas ocasiones quienes pagan los

planes turísticos o las vacaciones son los padres, entonces los diferentes productos turísticos deben ser diseñados para jóvenes pero donde también se puedan involucrar a los padres.

4.3.4 ANÁLISIS DE INSUMOS Y PROVEEDORES

Gestión De Proveedores

Según la norma técnica sectorial NTS 003 de Agencias de Viajes-Requisitos de Sostenibilidad

- Se identificarán a los proveedores que generen el mayor impacto con respecto a la sostenibilidad ya que esta abarca varios campos, se tendrán en cuenta a aquellos que aborden estas áreas de forma integral y las apliquen a sus empresas.
- Se hará bajo los parámetros de la legalidad que se pretende con esto que sean empresas bien constituidas y cumplan con la ley.
- Se le dará prioridad a los proveedores que apoyen el desarrollo sostenible y lo tengan dentro de sus políticas comerciales.
- Se tendrá como prioridad la compra de bienes, productos y servicios producidos por la población local o comunidades vulnerables de acuerdo a la disponibilidad del mercado.
- Alrededor de la Laguna de San diego hay 6 prestadores de servicios turísticos de los cuales se entrevistaron 4 y se les hizo una encuesta con la cual se pudo determinar la capacidad instalada y el grado de formalización de estas empresas, para así tomar decisiones a la hora de contratar con un prestador turístico dependiendo del servicio que se requiera.
Las empresas entrevistadas llevan por nombre: Recinto Pantagoras, El paraíso, Hotel Colombia- la Laguna y La Cabaña de Alberto

Las cuatro ofrecen servicio de hospedaje pero solo 2 ofrecen servicio de guianza y transporte en lancha.

¿Cual es la capacidad de atención de usuarios de su empresa?

4 respuestas

70 personas en el restaurante y 18 en Hospedaje 100 personas en zona de camping.

6 personas en habitación y 8 en camping 30 personas en el restaurante

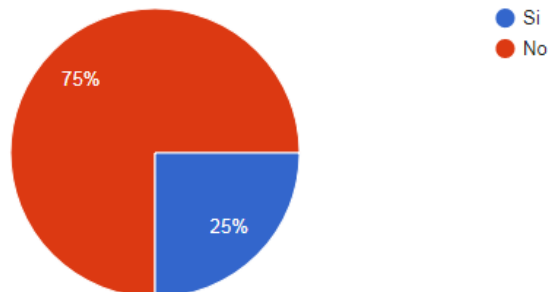
10 personas

17 personas en habitación 12 personas en carpa de camping 28 personas en el restaurante.

Vemos que la capacidad instalada de hospedaje es de 51 personas en habitaciones con todos los servicios sumando todos los prestadores, y de 120 en zonas de camping y la capacidad para atender en los restaurantes es de 128 personas.

Cuenta con registro en cámara de comercio

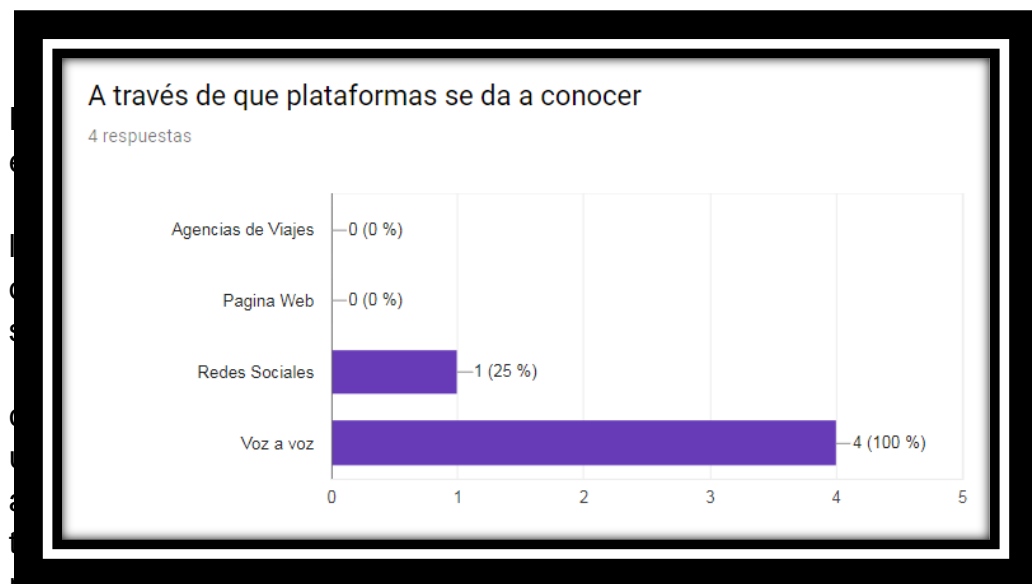
4 respuestas



Solo un prestador aseguro tener registro en cámara de comercio y Rut que es el Recinto Pantagoras, los demás afirmaron que estaban en plena implementación del plan de manejo de la laguna de Sandiego que por lo tanto no habían iniciado el trámite correspondiente con la alcaldía y la administración municipal.

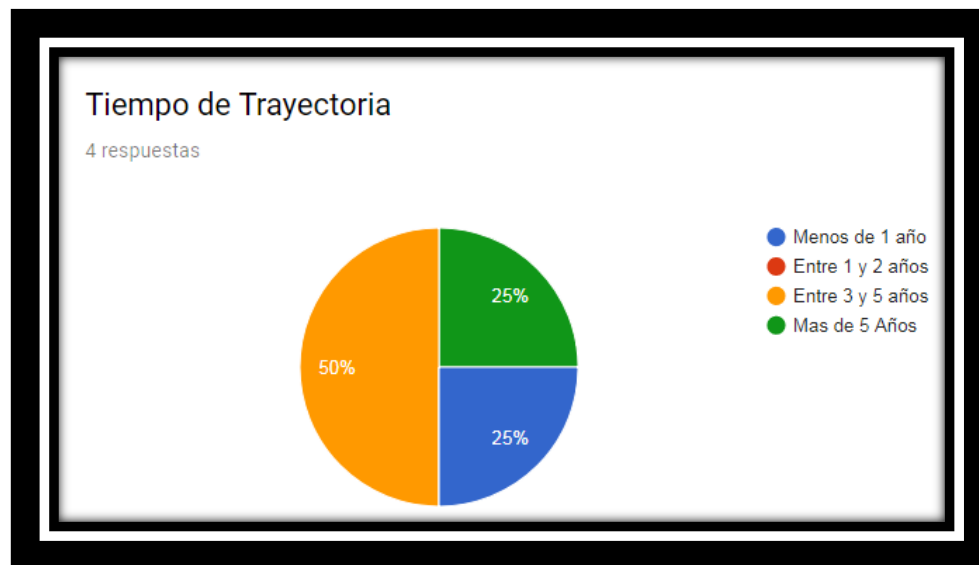


También se pudo establecer que ninguno de los prestadores cuenta con Registro nacional de turismo, lo que representaría un reto para la agencia Tours and Adventure San diego, en la cuestión de que llegar a operar deberá procurar porque sus aliados obtengan este requisito normativo.



o prestadores solo uno tiene su oferta de servicios a través de redes sociales que es la Cabaña de Alberto y los demás lo hacen con el voz a voz lo que representa una enorme oportunidad de negocio para la Agencia Tours and Adventure de entrar e incursionar en este mercado y generar

alianzas para ofertar sus servicios exigiéndoles de ante mano la formalización y que cumplan con los requisitos que exige la ley.



También nos arrojó que solo una de las empresas lleva más de cinco años en la industria, dos entre tres y cinco y una menos de un año, lo que nos permite deducir que son empresas jóvenes en el mercado, apenas están iniciando por eso por qué de no contar con cámara de comercio o el registro nacional de turismo y también por la falta de un mediador como una agencia que los ayude a formalizarse como exigencia para negociar con ellos.

Según lo hablado con estos prestadores de servicios turísticos cada uno cuenta con dos empleados y en temporadas alta como semana santa, vacaciones o puentes festivos contratan más personal contribuyendo a la generación de empleo y generar recursos para las familias beneficiadas.

Los productos que utilizan para la producción de los alimentos en el restaurante son comprados en el pueblo, donde los campesinos llevan algunos de los productos de sus cosechas a vender y los víveres y abarrotes que son llevados desde ciudades como Bogotá o Medellín, posteriormente son llevados hasta sus negocios en la Laguna y otros cultivados en sus propias parcelas gracias a la facilidad de que los negocios están en predios rurales.

4.3.5 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Nuestra estrategia de comunicación está basada en la temática de distribución a través de agencias de viajes y turismo y agencias mayoristas, que se encuentran presentes en el eje cafetero y otras ciudades del país. Como también aprovechando las ferias y ruedas de negocios que hay durante todo el año en diferentes ciudades de Colombia. En las cuales participan no solo prestadores nacionales, sino también internacionales y así de esta manera podemos dar a conocer y distribuir nuestros paquetes y productos turísticos de forma internacional.

A continuación relacionare algunas de ellas:

Risaralda

- ALL TRAVEL REPRESENTACIONES LTDA.
- ACTOURS LTDA
- COLRESERVAS S.A.S.
- DESTINOS CIA. LTDA.
- INVERSA L'ALIANXA
- MAYORPLUS S.A SUC. PEI
- PRICETRAVEL HOLDING
- VANI S.A.S
- CIC TRAVEL
- LIVING TRIPS
- NATURE TRIPS

Caldas

- A DESCUBRIR TRAVEL & ADVENTURE SAS
- VIAJES AGENTUR S.A MAYORISTA
- AGENCIA DE VIAJES ROSA DE LOS VIENTOS S.A.S
- TURISMAN S.A.S
- VIAJES AGENTUR L'ALIANXA S.A

Quindío

- AGRITURISMO Y PAISAJE
- VIAJES Y TURISMO SENDERO VERDE
- AGENCIA DE VIAJES C.O.G

Resto del país

- GIRATUR S.A.S SUC MDE
- AKIRA TRAVEL MAYORISTAS DE TURISMO
- A LUGARES Y DESTINOS MAYORISTAS DE TURISMO S.A. MDE.
- AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO CIELOS ABIERTOS
- ALMUNDO.COM S.A.S – mayorista
- ANDINA TOUR MAYORISTAS Y EXCURSIONES & CIA LTDA.
- INNOVA VIAJES Y TURISMO S.A.S.
- SOLARIS MAYORISTA LTDA
- TRAVEL PLANS S.A.S
- TU RESERVA.COM S.A.S
- AVIANCA TOURS
- VIAJES MEDITERRÁNEO
- SGO TRAVEL VIAJES Y TURISMO
- VIAJEROS POR EL MUNDO
- CHARTERS AGENCIA DE VIAJES
- MUNDO JET TRAVEL
- SOLWAYS COLOMBIA S.A.S
- ALL REPS LIMITADA
- AVIATUR
- OVERTURISMO

Observando la plataforma de cada una de las agencias mayoristas hay algunas que dentro de los destinos nacionales ofertan eje cafetero dentro de sus paquetes turísticos, como hay otras que no lo tienen en cuenta quizás porque no han tenido el contacto con agencia de acá del eje cafetero, ahí es donde se da la oportunidad de negocio para operar en el eje cafetero el turismo de naturaleza que oferta nuestra agencia.

4.3.6 ESTRATEGIA PUBLICITARIA

El marketing que se manejara en la agencia de viajes Tours and Adventure San Diego será de carácter amigable con el ambiente ya que en su gran mayoría se hará de forma digital, como primera medida una página web donde encontrarán la historia de creación de la empresa, sus valores y hacia dónde se dirige, los servicios o paquetes que oferta, también se manejaran las redes sociales y toda la facilidad que estas brindan para su promoción y divulgación.

Como segunda medida se adoptaran y aprovecharan la estrategia de participación activa en ferias y eventos anuales para la generación de alianzas estrategias para la promoción y divulgación de los productos y servicios ofertados por la agencia.

4.4. PROPUESTA DE VALOR

La propuesta de valor generada desde la agencia de viajes TOURS AND ADVENTURE consistirá en el trabajo mancomunado con las comunidades locales, aprovechando sus saberes ancestrales como herramienta diferenciadora en la prestación de los servicios, el principio rector de la agencia también consistirá en la generación del menor impacto a nivel ambiental, social y cultural es así como pudiendo darle uso al medio de transporte en lanchas rápidas se utilizan las balsas como medio de transporte, un poco más lentas pero amigables con el ambiente.

4.5. MÓDULO DE ORGANIZACIÓN

4.5.1. MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACIÓN

4.5.1.1. TIPO DE ORGANIZACIÓN O EMPRESA MÁS ADECUADA

4.5.1.1.1. EMPRESA UNIPERSONAL

La empresa es unipersonal, esto quiere decir que su propietario es una persona que cuenta con las cualidades y características requeridas para ejercer el comercio, podrá destinar parte de sus activos o capital de trabajo para la realización de una o varias actividades de carácter mercantil y será quien reciba los beneficios o utilidades otorgadas por la empresa como también de las deudas, pérdidas o conflictos legales.

4.5.1.1.2 POR LA ACTIVIDAD ECONÓMICA DESARROLLADA

Esta empresa pertenece al sector terciario, entendiendo que la actividad principal es la prestación de servicios.

4.5.1.1.3 POR LA FORMA JURÍDICA

La empresa unipersonal, una vez inscrita en el registro mercantil, forma una persona jurídica.

4.5.1.1.4 POR SU TAMAÑO

Se encuentra catalogada como microempresa, en virtud de que la planta de personal no sobrepasa los diez (10) colaboradores. Será una entidad independiente que ofrece rentabilidad con capacidad técnica y financiera, que le permite dedicarse a la producción, prestación del servicio y satisfacer necesidades, además poseerá capacidad para abarcar el mercado local, regional y nacional.

4.5.1.1.5 POR EL ÁMBITO DE OPERACIÓN

Será una empresa nacional, teniendo en cuenta que la proyección al 2025, es posicionarse en el país como líder en prestación de servicios turísticos de naturaleza y aventura poniendo como pilar fundamental la sostenibilidad.

4.5.1.1.6 POR LA COMPOSICIÓN DEL CAPITAL

Es una empresa privada cuyo capital proviene de una sola persona quien será el responsable de constituirla y mantenerla, su fin es lucrativo.

4.5.1.2. TRAMITES A REALIZAR PARA CONSTITUIRSE LEGALMENTE

La constitución de una empresa unipersonal es solemne, pues debe efectuarse por escrito, es decir, documento privado o escritura pública y con estricta sujeción a las reglas contempladas en el artículo 72 de la Ley 222 de 1995.

Si se constituye por documento privado, éste deberá ser reconocido por el constituyente o empresario ante juez o notario o presentado personalmente ante el secretario de la cámara.

¿QUÉ REQUISITOS DEBE REUNIR EL DOCUMENTO DE CONSTITUCIÓN?

El documento mediante el cual se constituya la empresa debe contener la siguiente información:

1. Nombre, documento de identidad, domicilio y dirección del empresario.
2. Denominación o razón social de la empresa, seguida de la expresión "empresa unipersonal ", o de su sigla E.U., so pena de que el empresario responda ilimitadamente.

3. El domicilio de la empresa.
4. El término de duración, si éste no fuere indefinido.
5. Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la empresa podrá realizar cualquier acto lícito de comercio.
6. El monto del capital haciendo una descripción pormenorizada de los bienes aportados con estimación de su valor. El empresario responderá por el valor asignado a los bienes en el documento constitutivo.
7. El número de cuotas de igual valor nominal en que se dividirá el capital de la empresa.
8. La forma de administración y el nombre, documento de identidad y las facultades de sus administradores. A falta de estipulaciones se entenderá que los administradores podrán adelantar todos los actos comprendidos dentro de las actividades previstas.

¿DÓNDE SE DEBE MATRICULAR LA EMPRESA?

La solicitud de matrícula debe presentarse en la cámara de comercio con jurisdicción en el lugar donde la empresa va a tener su domicilio principal.

¿CÓMO SE REALIZA LA INSCRIPCIÓN DE LA EMPRESA EN LA CÁMARA DE COMERCIO?

- Presentar copia del documento privado o escritura pública junto con el formulario de matrícula para personas jurídicas, el cual puede adquirir en cualquiera de las sedes de la Cámara
- Diligenciar el formulario adicional de registro para fines tributarios, con el propósito de tramitar el Número de Identificación Tributaria NIT, quedar inscrito en el Registro Único Tributario RUT que lleva la DIAN y en el Registro de Información Tributaria RIT, que lleva la Secretaria de Hacienda del Distrito si fuere el caso.
- Cancelar el valor de los derechos de inscripción e impuesto de registro por concepto del documento de constitución y los derechos de matrícula que le liquidará el cajero con base en el capital de la empresa.

4.5.1.3. PERFIL DE LOS EMPRENDEDORES (VER SEGMENTOS DE EMPRENDEDORES, EN EL MÓDULO 1 DE PREPARACIÓN PARA LA INNOVACIÓN Y EL EMPRENDIMIENTO. PÁG. 7)

Alta Formación Académica: Investigador y Posgrado. Investigadores con propiedad intelectual desarrollada en las universidades con vocación comercial o ideas de negocios de estudiantes de posgrado, especialmente con la ayuda de capital de riesgo. Requieren Oficinas de Transferencia Tecnológica OTT, canales

de comercialización, redes de contactos, desarrollo habilidades gerenciales, modelos de negocios.

Creo que es el perfil que mejor define mis cualidades y habilidades y porque además me encuentro estudiando una carrera universitaria que me otorgara gran conocimiento y herramientas para la implementación de una idea de negocio exitosa

4.5.2 ANÁLISIS ESTRATÉGICO ORGANIZACIONAL

4.5.2.1 Matriz DOFA y su respectivo diagnostico

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
<p>Poca infraestructura turística:</p> <p>Deficiente infraestructura vial para el acceso al pueblo o a los diferentes atractivos</p> <p>Informalidad en la actividad turística</p> <p>Existencia de un plan de ordenamiento territorial desactualizado</p> <p>Nula existencia de inventarios turísticos tanto como para recursos naturales y culturales como también de prestadores de servicios</p> <p>Nula existencia de un estudio de capacidad de carga.</p>	<p>Gran cantidad de recursos naturales y útiles para ser aprovechados turísticamente</p> <p>Implementación de señalización en predios de actividades agrícolas</p> <p>Posibilidades de capacitación para la comunidad local en temas turísticos</p> <p>Cooperación con las instituciones educativas para la apropiación de su territorio.</p>

FORTALEZAS	AMENAZAS
Las comunidades se encuentran prestantes a socializar y buscar las alternativas que más los favorezca	Existencia de atractivos en predios privados y la nula existencia de permisos de acceso
Poseer un territorio de gran tamaño y magnitud con una riqueza inimaginable	Empresas minero energéticas que buscan ingresar al territorio a hacer explotaciones o implementación de proyectos a gran escala.

4.5.2.2 DEFINICIÓN DE OBJETIVOS ORGANIZACIONALES (CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO)

- Contar con rutas establecidas sobre productos agro turísticos y de aventura
- Estar dentro de las 5 mejores agencias operadoras de turismo de naturaleza del país
- Generar alianzas estratégicas con prestadores de servicios turísticos de otras regiones del país.
- Tener un flujo de visitantes y de tures al mes constante
- Haber contribuido a la formalización del 100% de los prestadores de servicios turísticos presentes en la Laguna de San Diego
- Generar fidelización en los clientes

4.5.2.3 MISIÓN

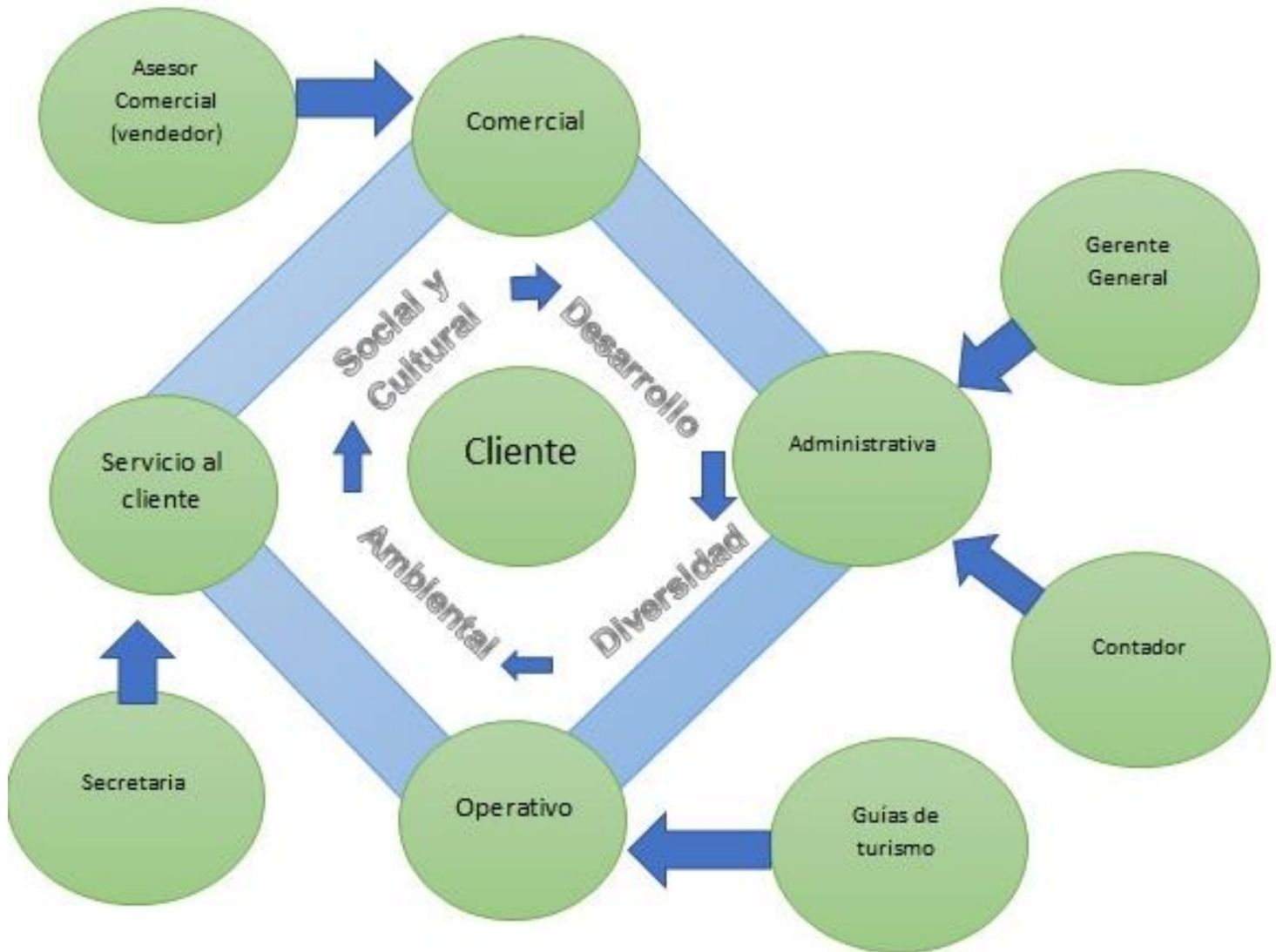
Somos una agencia operadora especializada en turismo de naturaleza, por ello, TOURS AND ADVENTURE SAN DIEGO cuenta con mano de obra calificada, cuyo objetivo principal será generar experiencias memorables en cada uno de los usuarios que tengan contacto con el portafolio de productos y servicios, el cual

está diseñado pensando en el disfrute y la satisfacción del cliente, a través de la aventura o el contacto con la naturaleza.

4.5.2.4 VISIÓN

Hacia el año 2022 ser la empresa líder en el mercado de turismo de naturaleza y aventura en el oriente de caldas y parte del eje cafetero, destacando su buen servicio y la calidad humana de sus colaboradores, además perfilándose como empresa insignia en el sector, por apoyar, promover y promulgar las prácticas de turismo sostenible, en todos los lugares donde tiene operaciones comerciales o influencia y con las empresas con las que ha creado alianzas estratégicas.

4.5.2.5 CUADRO DE MANDO INTEGRADO



4.5.2.6 VALORES CORPORATIVOS

- CONFIANZA: Nuestro personal es idóneo y se encuentra altamente capacitado y calificado, para la prestación de los servicios turísticos, generando siempre un ambiente de tranquilidad y seguridad en cada una de las actividades que contrate con nuestra empresa.
- PUNTUALIDAD: El cumplimiento para con el cliente ya sea una cotización, la prestación de un servicio o el cumplimiento de un itinerario siempre será lo primordial.
- RESPONSABILIDAD: Nos encontramos altamente comprometidos en brindar las mejores experiencias turísticas brindándoles servicios de alta calidad y con toda la seguridad requerida.
- HONESTIDAD: Actuamos con conducta recta y observando normas y compromisos para actuar con la verdad y justicia, apegándonos a la moral y las leyes.
- HONRADEZ: siempre se le cobrará al cliente el precio justo de lo que cuesta el paquete en el mercado.

4.5.3 POLÍTICAS EMPRESARIALES MANUAL DE ESTRUCTURA

POLITICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL:

Contribuimos al desarrollo empresarial sostenible, a través de la generación del valor ético, social, económico y ambiental, reconociendo que sus decisiones causan impactos, buscamos incorporar y hacer partícipes a las comunidades donde tiene operaciones nuestra agencia de viajes.

POLITICA GESTION DEL TALENTO HUMANO:

Buscamos crear un equipo de trabajo de alta eficiencia contratando personal con muy buenas capacidades y destrezas, que sean capaces de adaptarse al cambio y que tenga espíritu polivalente, nos preocupamos porque nuestro personal este en constante crecimiento intelectual y técnico es por esto que se cuenta con un programa de capacitación. La cultura de alto desempeño es factor fundamental en el crecimiento laboral y personal.

POLITICA GESTION DE TECNOLOGÍA DE INFORMACION:

Esta agencia cuenta con equipos de alta tecnología y con software especializado que facilitara al asesor la elaboración de paquetes y productos turísticos para ofertar al cliente, además la agencia contara con una página web que alberga una plataforma inteligente que predecirá o sugerirá posibles actividades o paquetes de acuerdo a cualidades y características pictográficas aportadas por el cliente, porque la tecnología siempre hará la vida más fácil a las empresas y a las personas.

POLITICA DE GESTION DE CALIDAD:

Nos preocupamos por brindar productos y servicios en óptimas condiciones y en los tiempos acordados que reúna todas las características que busca el cliente y que vaya más allá de lo que este imagina, además nuestros aliados estratégicos cuentan con procesos sostenibles dentro de sus empresas en cuanto al uso de los recursos o compra de materias primas.

4.5.3.1 MANUAL DE FUNCIONES

PERFIL Y DESCRIPCION DEL PUESTO

1.- DATOS GENERALES

PUESTO: Asesor Comercial (vendedor) DEPTO: Administrativo
 AREA: Comercial JEFE INMEDIATO: Gerente General
 TRABAJADORES A SU CARGO: Ninguno

2.- CARACTERISTICAS PERSONALES

EDAD:	25 – 35	ESTADO CIVIL:	Indefinido	SEXO:	Indefinido
IDIOMA	HABLA	ESCRIBE	LEE	NIVEL ACADEMICO:	
INGLES	80%	80%	80%	Profesional/ tecnólogo	
EXPERIENCIA:				PRESENCIA PERSONAL:	
Mínima de un año en puesto similar.				Ejecutivo	

HORARIO DE TRABAJO: 8:00 am – 5:00pm CONOCIMIENTOS ESPECIFICOS PARA EL PUESTO:

Relaciones públicas, administración, elocuente, practico

ACTITUDES PERSONALES:

CONDICIONES FISICAS:

Con liderazgo, extrovertido, con iniciativa.
físico.

Buen estado de salud, excelente estado

Con deseos de superación, organizado y con fluidez verbal.

OTRAS: liderazgo, trabajo en equipo, analítico, capaz, comprensivo

3.- OBJETIVO DEL PUESTO:

Será el encargado de aportar a la rentabilidad de la agencia a través de empaquetar, costear y asesorar por medio de los diferentes canales existentes para la adquisición de algún producto o servicio deberá de manejar una muy buena imagen ya que es la primera imagen de la empresa.

4.- FUNCIONES O ACTIVIDADES:

- Proponer posibles enlaces o conexiones con otras empresas como estrategias de comercialización
- Proponer estrategias para promocionar y ofertar los servicios brindados por la agencia
- Empaquetar los servicios brindados por la agencia
- Costear cada uno de los paquetes solicitados por el cliente
- Asesorar al cliente que lo requiera
- Guiar si es necesario a grupos de turistas en alguno de los destinos manejados por la agencia.

5.- RESPONSABILIDADES

- Cuidar su apariencia personal.
- Puntualidad
- Cumplir con el objetivo del puesto.
- Responsabilidad individual

- Cumplir con los estándares de calidad y de servicio, así como cumplir con el reglamento interno de trabajo establecido en la organización.
- Pensar muy bien y manejar los recursos entregados.

PUESTO	JEFE INMEDIATO	SUPERVISA
--------	----------------	-----------

6 - COMPETENCIAS

Habilidad de manejo de público
Comunicación
Liderazgo
Trabajo bajo presión

Secretaria General	Gerente General	Ninguno
<p>NATURALEZA DEL PUESTO: realizar las acciones y actividades de secretaría, así como, de apoyo administrativo eficiente y eficaz, debe hacerlo de forma comprometida y responsable hacia el mejoramiento continuo del servicio que presta la organización</p>		
FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES		
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Planificar las tareas y labores de apoyo administrativo, del flujo de trámites del área, la atención a los clientes internos y externos; y, de las actividades secretariales. 2. Ejecutar las labores y tareas verificando el cumplimiento de los procedimientos administrativos y operativos internos, así como el manejo del archivo de la correspondencia de entrada y salida. 3. Organizar y convocar a los miembros de la organización a las reuniones periódicas. 4. Manejar las agendas del Gerente General de la Agencia 5. Colaborar en el control y pago de los servicios básicos (agua potable, energía eléctrica, teléfono, Servicios de Internet y prensa) utilizados en las oficinas. 6. Elaborar cartas, oficios e informes para unidades internas de así como para otras entidades relacionadas con la actividad de la agencia 7. Realizar el seguimiento de las comunicaciones relacionadas a la prestación de servicios con

	<p>otras empresas.</p> <p>8. Control y archivo de los contratos del personal</p> <p>9. Cumplir con los objetivos del Plan Estratégico y cualquier otra actividad ordenada por sus inmediatos o superiores.</p> <p>10. cumplir con las responsabilidades designadas y que pertenezcan al cargo para el cual fue contratada(o)</p>
FORMACION:	Tecnóloga en proceso administrativo

4.5.3.2 ALIADOS ESTRATEGICOS

Uno de nuestros principales aliados estratégicos es **PROCOLOMBIA**, a través de los cuales tendremos un reconocimiento a nivel internacional por la prestación de nuestros servicios de excelente calidad, porque ellos al ser los encargados de dar a conocer a Colombia en el exterior impulsarán la inversión extranjera las alianzas entre prestadores de servicios turísticos y la visibilización de nuestro sector en otras partes del mundo y de esta manera facilitarnos la labor de promoción turística.

Otro de nuestros principales aliados es **Anato**, porque el hacer parte de ese gremio nos permite participar en una de las ferias más importantes en turismo que realizan anualmente acá en Colombia y a través de la que podemos darnos a conocer como empresa para otros prestadores de servicios colombianos y también internacionales. Además podemos participar en capacitaciones constantes, ruedas de negocios y eventos relacionados con nuestra actividad turística.

Por ultimo las **Agencias de viajes mayoristas** jugaran un papel fundamental en nuestro crecimiento empresarial y en el sector, por el apoyo que nos brinden, la promoción y divulgación que nos hagan como aliados a través de los diferentes canales de distribución, sea redes sociales, páginas web, prensa y televisión.

4.6 SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL

4.6.1 PÓLITICA DE SOSTENIBILIDAD

POLÍTICA DE SOSTENIBILIDAD

En TOURS AND ADVENTURE SAN DIEGO estamos comprometidos con la protección y salvaguarda de los recursos naturales y culturales, presentes en cada uno de los rincones a donde llegamos, procuramos siempre por generar el mínimo impacto y mantener así el equilibrio entre naturaleza y sociedad y de esta manera generar experiencias memorables, en diversión, aprendizaje y unión familiar en todos nuestros usuarios.

Contamos con las herramientas necesarias para brindarles servicios óptimos y de alta calidad, únicos en el mercado, gracias a nuestro trabajo arduo día a día en mejorar constantemente nuestros procesos, destacándonos como una agencia líder en el mercado que lucha por hacer realidad los sueños de viaje, entretenimiento e ir más allá de las expectativas de nuestros clientes.

Estamos encaminados a la protección de la infancia y al apoyo de las comunidades que frecuentamos ayudándolos a obtener una mejor calidad de vida.

4.6.2 MATRIZ DE IMPACTOS Y ASPECTOS AMBIENTALES

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE IMPACTOS				
EJE	IDENTIFICACIÓN DE ACTIVIDADES, PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE AFECTEN LA SOSTENIBILIDAD	VALORACIÓN	PRIORIDAD DE ACTUACIÓN	ACTUACIÓN
AMBIENTAL	Patrimonio natural			Difusión de material con información que contribuya a sensibilizar y concientizar a los turistas sobre los destinos ofertados por la agencia de viajes

	Uso eficiente del agua			Aplicar prácticas de uso eficiente del agua en el aseo de la oficina de la agencia de viajes, así como en el uso del lavado para colaboradores y clientes.
	Uso eficiente de la energía			Priorizar el uso de luces led y establecer horarios de control de equipo, como computadores e impresoras.
	Gestión de residuos			Llevar un registro de la cantidad mensual y tipo de residuos que genera.
	Material publicitario			La agencia de viajes debe imprimir no menos del cincuenta por ciento de los materiales, incluyendo los de promoción e información, en papel con contenido de material reciclado, de acuerdo con la disponibilidad del mercado.
SOCIO CULTURAL	Liderar, apoyar o promover con las organizaciones y entidades competentes, campañas enfocadas a la prevención del			Diseño y publicación de un código de conducta donde se demuestre el compromiso de la agencia de viajes frente a la prevención de la explotación sexual y comercial de niñas, niños y adolescentes (ESCNA).

	comercio y explotación sexual de menores de edad, y denunciar los casos según la legislación vigente			
	Patrimonio cultural			Difundir, a través de folletos o videos, información sobre el patrimonio cultural de los destinos a visitar.
ECONOMICO	Contratación y generación de empleo			Priorizar la contratación de mano de obra local
	Capacitación de las comunidades locales			Promover instancias de capacitación y desarrollo dirigidas a los habitantes.
	Beneficios indirectos			Establecer alianzas estratégicas comerciales u operacionales con empresas en los destinos turísticos.

ACCIONES	DESCRIPCION	IMPACTOS			POSITIVO	NEGATIVO
		SOCIAL	AMBIENTAL	ECONOMICO		
Encender las luces	Actividad que se hace todos los días al llegar a la agencia		x			x

Encender los computadores(2)	Actividad necesaria para la operación de la agencia.		x			x
Labores de aseo consumo de agua 3 baldados de agua	La limpieza que se requiere para una correcta operación y buena imagen		x			x
Traslado hasta la laguna	Para la atención de los clientes		x			x
Pasadía descubriendo el encanto de la Laguna	Plan en el que se contrata servicios de alojamiento y alimentación con establecimientos de la zona	x	x	x		x
Pasadía Sobrevuelo al cráter en Parapente	Para la realización de dicho pasadía se contrataran servicios de alimentación con personas de la comunidad además se visitaran fincas agrícolas donde se pagara por la actividad.	x	x	x	x	

4.6.3 PROPUESTA SE SGA A IMPLEMENTAR

4.6.3.1 PLAN DE GESTIÓN

OBJETIVOS DEL SISTEMA DE GESTIÓN PARA LA EMPRESA

- Servir de instrumento de ordenamiento y manejo de la agencia
- Propiciar la mejora continua en cada uno de los procesos que maneja la agencia
- Servir como herramienta de control para cada una de las actividades que maneja la empresa

Alcance

Abarca desde un proceso mínimo como la recepción del turista hasta procesos complejos como el diseño de un paquete y su costeo

4.6.3.2 CÓDIGO DE CONDUCTA

DE LOS COLABORADORES

- Actuar bajo los principios de responsabilidad, utilizando todos los elementos de seguridad para la realización de las diferentes actividades turísticas
- Recibir al cliente con una sonrisa y estar dispuestos siempre al servicio
- Cumplir los horario establecidos para los recorridos acordados con el turista

DEL TURISTA

- Debe comprometerse a proteger el entorno natural, no extraer material vegetal como partes de plantas o semillas ni introducirlas en los ecosistemas visitados
- No extraer especies de fauna existentes en el sitio visitado
- Acatar las recomendaciones de seguridad dadas por el guía

DE LOS PROVEEDORES

- Proveer de insumos de excelente calidad a los restaurantes para la preparación de los diferentes platos.
- Contribuir a la reducción de la generación de residuos sólidos
- Contar con normas de sostenibilidad o sellos colombianos

4.6.3.3 PROCEDIMIENTO MEJORA CONTINUA

VER ANEXO (Mejora Continua)

4.6.3.4 PROCEDIMIENTO SENSIBILIZACIÓN Y CAPACITACIÓN

Logo	PROGRAMA DE Y SENSIBILIZACION CAPACITACION		Fecha		
			Versión		
	RESPONSABLE		Código		
TEMA DE FORMACION	RESPONSABLE	PARTICIPANTE	EVIDENCIA	FECHA	FIRMA
Patrimonio natural	Carder		Fotografías		
Uso eficiente del agua	Aguas y Aguas de Pereira		Acta		
Uso eficiente de la energía	Energía de Pereira		video		
Gestión de residuos	ATESA		Fotografías		
Material publicitario	SENA		Documento		
Patrimonio Cultural	UTP		Acta		

Prevención contra la explotación y el comercio sexual con menores de edad relacionado con la actividad turística.	Policía Nacional		Material multimedia		
Contratación y generación de empleo	Cámara de comercio de Pereira		Documento		
Capacitación de las comunidades locales	SENA		Material multimedia		
Beneficios indirectos	Consota		Acta		
Seguridad	Policía Nacional		Documento		
Sostenibilidad	UTP		Fotografías		
Proveedores	Cámara de comercio de Pereira		video		
Documentación	Universidad Libre		Acta		

4.6.3.5 POLÍTICA DE COMPRAS

La agencia de Viajes TOURS AND ADVENTURE SAN DIEGO es una empresa comprometida con la sostenibilidad por tal motivo busca generar alianzas con empresas que vayan por la misma tendencia y línea de sostenibilidad, que trabajen con precios justos y procuren por la generación mínima de impactos al ambiente y que sus productos o servicios sean de excelente calidad.

Todos los productos adquiridos por la agencia o a través de ella serán evaluados con criterios de mínima producción de residuos sólidos, sellos ambientales o el sello colombiano y o productos de producción orgánica.

Esta organización se encuentra comprometida con la responsabilidad social empresarial y su principal objetivo se basa en el trabajo con comunidades locales vinculándolas a los diferentes procesos que opera en cada una de las actividades implementadas en el territorio del corregimiento de san

diego, además vela por la salvaguarda y protección de las costumbres y prácticas culturales, prevalecerá la industria local, siempre y cuando cumplan con los requisitos exigidos por la ley y suministren los recursos necesarios para el óptimo funcionamiento de la agencia y cumplimiento de sus actividades misionales.

4.7 MÓDULO DE FINANZAS

4.7.1 INVERSIONES

Aporte requerido de los Socios o Propietario				
Recursos	Efectivo	Contable	AON	Participación
Inversiones	\$ 13.495.000,00	\$ 13.592.222	\$ 13.495.000	100%
(-)Financiación	\$ 10.000.000,00	\$ 10.000.000	\$ 10.000.000	74%
APORTE	\$ 3.495.000,00	\$ 3.592.222	\$ 3.495.000	26%

--	--	--	--	--

Este proyecto requiere una inversión total de \$ 13.495.000 de los cuales se solicitara un préstamo al banco de 10.000.000 y el dinero restante \$ 3.495.000 deberá ser aportado en este caso por el dueño del proyecto o propietario de la empresa.

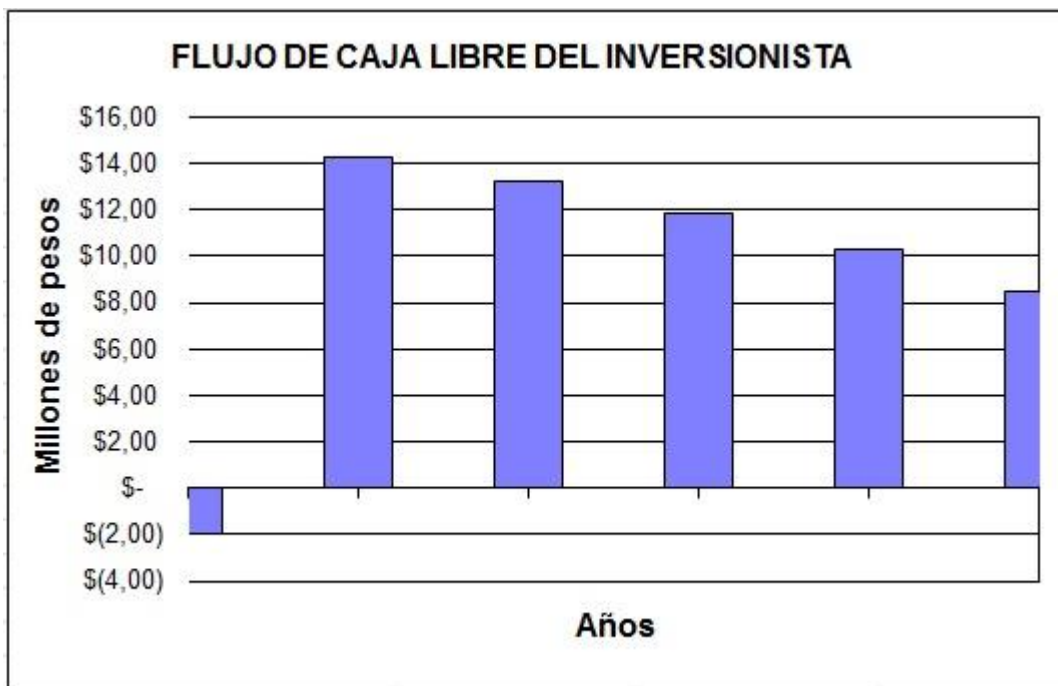
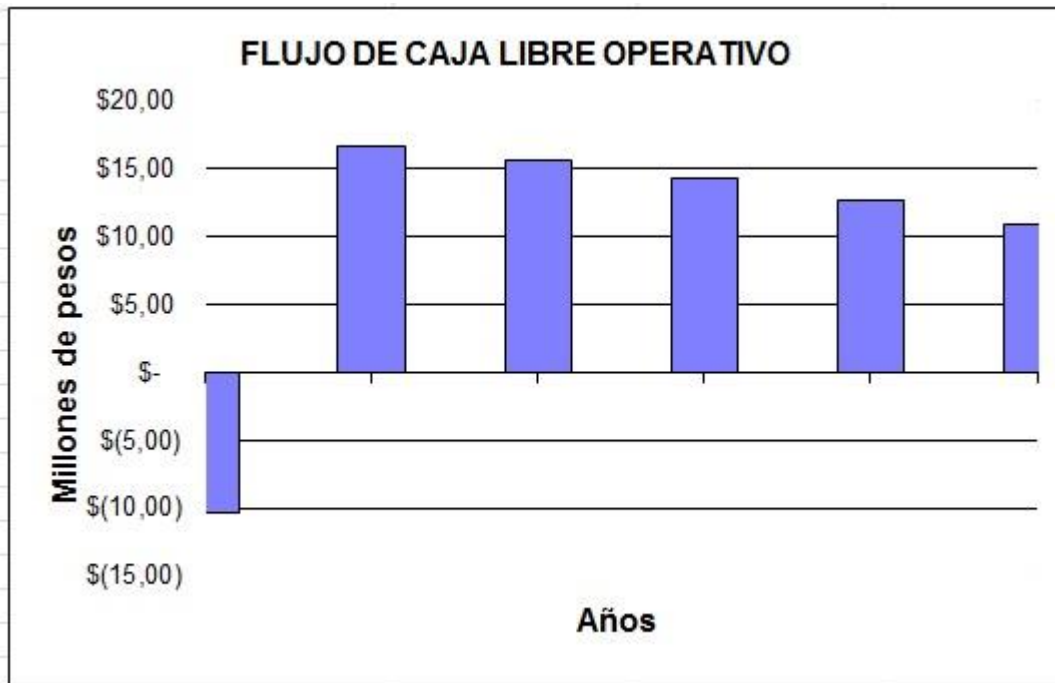
El valor total de la inversión será para adquisición de muebles y enseres, equipos de cómputo y telecomunicaciones necesarios para iniciar la operación de dicha agencia.

4.7.2 FINANCIAMIENTO

Financiación disponible externa	
Valor Préstamo 1	\$ 10.000.000,00
Total Financiación	\$ 10.000.000,00

Este es el valor requerido de financiación para la compra de equipos software necesario para la implementación de la agencia y su puesta en marcha en la venta, diseño y operación de paquetes y servicios turísticos.

4.7.3 FLUJOS DE CAJA

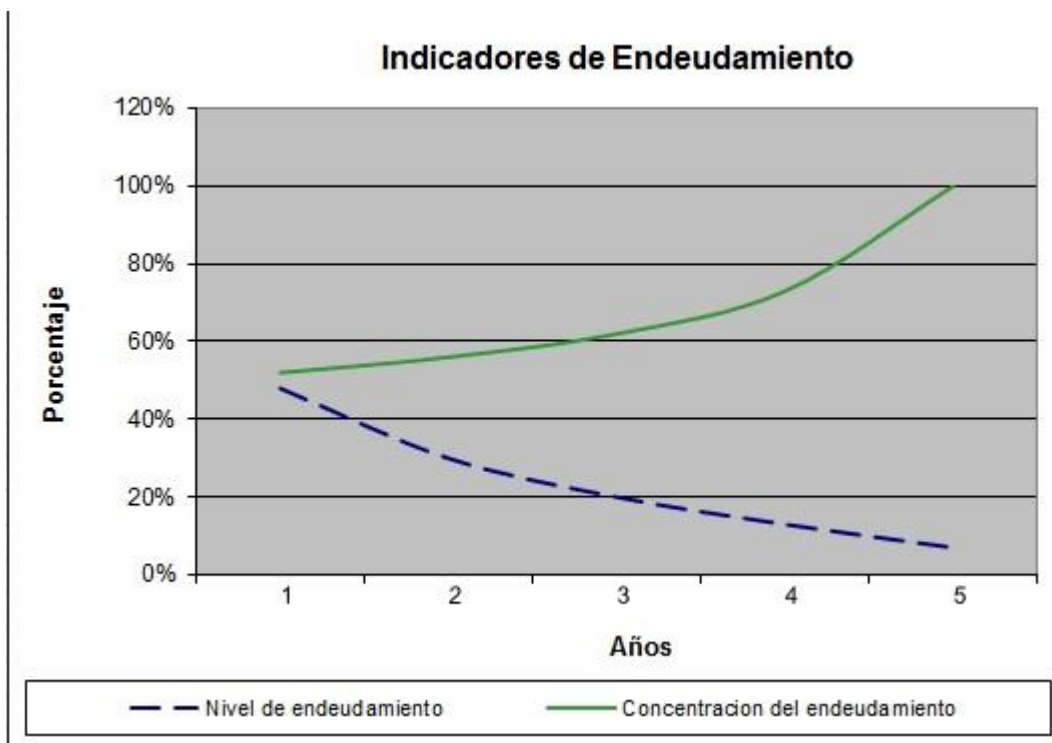
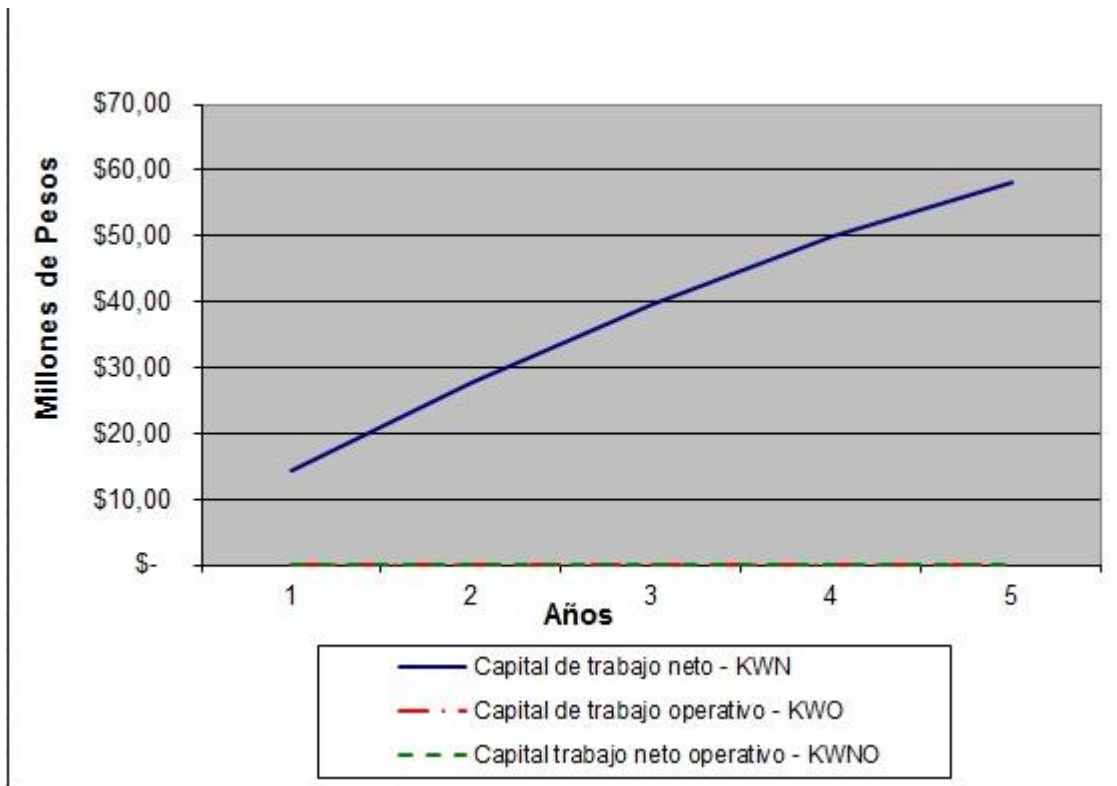


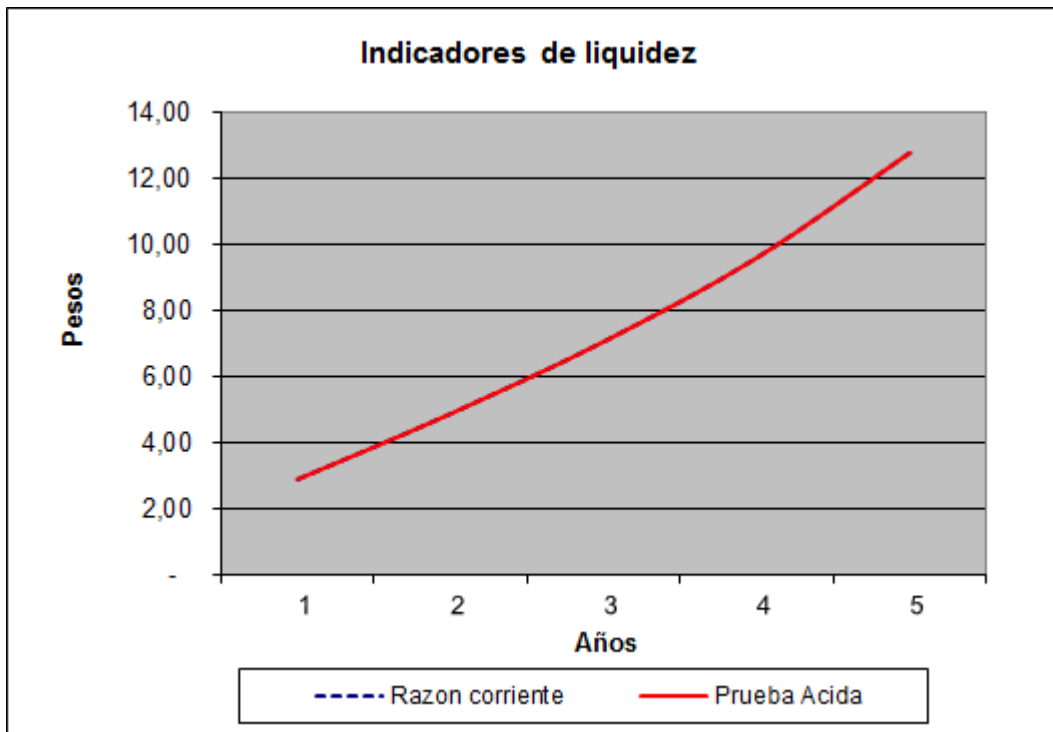
4.7.4 INGRESOS Y COSTOS

Estado de Resultados Pronosticado					
	Periodo 1	Periodo 2	Periodo 3	Periodo 4	Periodo 5
Ventas	\$ 140.000.000,00	\$ 147.280.000,00	\$ 154.938.560	\$ 162.995.365	\$ 171.471.124
(-)Costo de Ventas	\$ 1.419.000,00	\$ 1.419.000,00	\$ 1.419.000,00	\$ 1.419.000,00	\$ 1.419.000,00
Utilidad Bruta	\$ 138.581.000,00	\$ 145.861.000,00	\$ 153.519.560,00	\$ 161.576.365,00	\$ 170.052.124,00
(-)Gastos operación					
Salarios de Administración	\$ 84.094.140,00	\$ 90.821.664,00	\$ 98.087.424,00	\$ 105.934.428,00	\$ 114.409.188,00
Otros gastos de Administración	\$ 15.927.036,00	\$ 16.882.658,00	\$ 17.895.618,00	\$ 18.969.355,00	\$ 20.107.516,00
Gastos de Ventas	\$ 15.570.246,51	\$ 16.803.805,82	\$ 18.135.433,42	\$ 19.572.937,26	\$ 21.124.752,40
Utilidad Operacional	\$ 22.989.577,49	\$ 21.352.872,18	\$ 19.401.084,58	\$ 17.099.644,74	\$ 14.410.667,60
(-) Intereses	\$ 1.161.300,00	\$ 985.614,42	\$ 785.332,85	\$ 557.011,87	\$ 296.725,95
Utilidad Antes de Impuesto de	\$ 21.828.277,	\$ 20.367.257,	\$ 18.615.751,	\$ 16.542.632,	\$ 14.113.941,

Renta	49	76	73	87	65
Impuesto Renta a Pagar (proyectado)	\$ 7.639.897,00	\$ 7.128.540,00	\$ 6.515.513,00	\$ 5.789.922,00	\$ 4.939.880,00
(-) IVA compra Activos Fijos- a favor	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Impuesto de Renta a Pagar	\$ 7.639.897,00	\$ 7.128.540,00	\$ 6.515.513,00	\$ 5.789.922,00	\$ 4.939.880,00
Saldo próximo periodos a favor	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad Neta Prevista	\$ 14.188.380,49	\$ 13.238.717,76	\$ 12.100.238,73	\$ 10.752.710,87	\$ 9.174.061,65

4.7.5 INDICADORES FINANCIEROS





4. CONCLUSIONES

La construcción de un proyecto o plan pasa a través de varias etapas y se requiere de mucha información para su contracción estudios de viabilidad, estudios de mercado, interactuar con las comunidades donde se llevara a cabo el proyecto.

El turismo puede contribuir al desarrollo de las comunidades pero bien planificado y pensado en el que se incluyan a todos los actores afectados.

Es una experiencia enriquecedora el poder saber en primera mediada cual es el uso que quieren darle los pobladores a su territorio

5. BIBLIOGRAFÍA

- PLANIFICACIÓN TERRITORIAL RURAL DESDE LA GESTIÓN CULTURAL AMBIENTAL. CORREGIMIENTO DE SAN DIEGO, SAMANÁ, CALDAS-ELSA LORENA SÁNCHEZ GÓMEZ
- POMCA RIO SAMANA SUR
- PROYECTO DE ACUERDO PBOT SAMANA
- PLAN DE MANEJO LAGUNA SAN DIEGO FINAL
- PLAN MUNICIPAL DE DESARROLLO “TÚ DECIDES SAMANÁ GANA” 2016-2019
- DIAGNÓSTICO AMBIENTAL DE CALDAS PLAN DE ACCION 2013 – 2015 CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL DE CALDAS
- ESTADO DE ARTE DEL MUNICIPIO DE SAMANÁ-CALDAS
- PLAN ESTRATEGICO DE TURISMO MUNICIO DE SAMANA CALADAS
- https://es.wikipedia.org/wiki/Laguna_de_San_Diego

6. ANEXOS

- Matriz de mejora continua
- Encuesta Diagnostico de prestadores Turísticos laguna de San diego
- Encuesta Caracterización del perfil consumidor de los estudiantes universitarios, sobre paquetes, productos y servicios turísticos
- Simulacion Financiera proyecto Agencia

